

MOTIF PEMIRSA TELEVISI SURABAYA DALAM MENONTON
ACARA VARIETY SHOW “EAT BULAGA INDONESIA” DI SCTV

(Studi Deskriptif Kuantitatif Tentang Motif Pemirsa Televisi Surabaya
Terhadap Acara Variety Show Eat Bulaga Indonesia Segmen Kuis
Indonesia Pintar di SCTV)

SKRIPSI



OLEH :

MAHMUDA CAHYANING TYAS

0943010037

YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SURABAYA

2013

MOTIF PEMIRSA TELEVISI SURABAYA DALAM MENONTON
ACARA VARIETY SHOW “EAT BULAGA INDONESIA” DI SCTV

(Studi Deskriptif Kuantitatif Tentang Motif Pemirsa Televisi Surabaya
Terhadap Acara Variety Show Eat Bulaga Indonesia Segmen Kuis
Indonesia Pintar di SCTV)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam memperoleh

Gelar Sarjana Jurusan Ilmu Komunikasi



OLEH :

MAHMUDA CAHYANING TYAS

NPM. 0943010037

YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

SURABAYA

2013

MOTIF PEMIRSA TELEVISI SURABAYA DALAM MENONTON
ACARA VARIETY SHOW “EAT BULAGA INDONESIA” DI SCTV

(Studi Deskriptif Kuantitatif Tentang Motif Pemirsa Televisi Surabaya
Terhadap Acara Variety Show Eat Bulaga Indonesia Segmen Kuis
Indonesia Pintar di SCTV)

Oleh :

MAHMUDA CAHYANING TYAS

NPM.0943010037

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi

Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Pada tanggal : 20 Juni 2013

Pembimbing Utama

Tim Penguji:

1. Ketua

Ir. H. Didek Tranggono, MSi

Ir. H. Didek Tranggono, MSi

NIP.19581225 199001 1001

NIP.19581225 199001 1001

2. Sekretaris

Dra. Sumardijati, M.Si

NIP. 19620323 199309 2001

3. Anggota

Dra. Herlina Suksmawati, MSi

NIP.19641225 199309 2001

Mengetahui,

WS DEKAN

Dra. Sumardijati, M.Si

NIP.19620323 199309 2001

MOTIF PEMIRSA TELEVISI DI SURABAYA DALAM MENONTON
ACARA VARIETY SHOW “EAT BULAGA INDONESIA” DI SCTV

(Studi Deskriptif Kuantitatif Tentang Motif Pemirsa Televisi di
Surabaya Terhadap Acara “Eat Bulaga Indonesia Segmen Kuis
Indonesia Pintar” di SCTV)

Disusun Oleh :
MAHMUDA CAHYANING TYAS
NPM. 0943010037

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,
Pembimbing Utama

Ir. H. Didiek Tranggono, M.Si
NIP.19581225 199001 1001

Mengetahui,
WS DEKAN

Dra. Sumardijati, M.Si
NIP.19620323 199309 2001

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmatNya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi yang berjudul MOTIF PEMIRSA TELEVISI DI SURABAYA DALAM MENONTON ACARA VARIETY SHOW EAT BULAGA INDONESIA SEGMENT KUIS INDONESIA PINTAR DI SCTV (Studi Deskriptif Kuantitatif Tentang Motif Pemirsa Televisi di Surabaya Terhadap Acara Variety Show “Eat Bulaga Indonesia Segment Kuis Indonesia Pintar” di SCTV).

Penulis menyadari bahwa di dalam penyusunan penelitian skripsi ini banyak terdapat kekurangannya. Selesaiannya penyusunan skripsi ini tidak lepas dari adanya arahan dan bimbingan dari bapak Ir. H. Didiek Tranggono, M.Si yang dengan senang hati atas segala perhatian dan kesabarannya rela meluangkan waktu untuk penulis. Terima kasih yang tak terhingga penulis sampaikan.

Pada kesempatan ini penulis juga menyampaikan banyak terima kasih yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian skripsi ini, diantaranya :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto MP, Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dra. Ec. Hj. Suparwati M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.

3. Bapak Juwito, S.Sos, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fisip UPN “Veteran” Jawa Timur.
4. Bapak Ir. H. Didiek Tranggono, M.Si sebagai dosen pembimbing yang telah sabar menuntun, membantu dan memberikan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibuku terima kasih atas doanya serta dukungan yang diberikan setiap hari yang telah banyak memberikan nasehat, support dan memotivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Terimakasih buat Almarhum “Ayahku” yang selalu ada dihati, aku yakin ayah selalu menemani aku dalam suka maupun duka, aku kangen dan rindu PadaMu “AYAH” semoga kau juga bahagia disana dan diterima di sisiNya
7. HerRizqi Fajar “:Ichay” terimakasih atas perhatian, banyak memberi motivasi, dan setia menemani dalam memberiku semangat serta dorongan menyelesaikan penelitian skripsi ini. “Thanks for everything & Thanks for your Smile”.
8. Ronggenk (Desy, Tiara, Rizka, Mita, dan Astried,) yang telah banyak memberi dukungan dan tetap setia menjadi sahabat terbaikku untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
9. Vega_ZR ku yang setia mengantarku dimanapun walau hujan , panas kau setia menemaniku.
10. Dan semua teman-temanku IKOM seperjuangan, terima kasih sudah banyak membantuku yang tidak bisa aku sebutkan satu-satu.

11. Terima kasih atas support dari keluarga besarku yang tidak bisa aku sebutkan satu-satu.

Akhir kata penulis berharap semoga penelitian skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan semoga Allah SWT memberikan balasan kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan kepada penulis. Segala saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kebaikan penelitian skripsi ini.

Surabaya, Juni 2013

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

| | |
|---|------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN..... | ii |
| HALAMAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN SKRIPSI..... | iii |
| KATA PENGANTAR | iv |
| DAFTAR ISI... .. | vii |
| DAFTAR TABEL | x |
| DAFTAR GAMBAR..... | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xiii |
| ABSTRAK..... | xx |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Perumusan masalah..... | 11 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 12 |
| 1.4 Kegunaan Penelitian..... | 12 |
| 1.4.1 Praktis..... | 12 |
| 1.4.2 Teoritis..... | 12 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA | 13 |

| | |
|---|----|
| 2.1 Penelitian Terdahulu..... | 13 |
| 2.1.1 Penelitian Terdahulu Pertama..... | 13 |
| 2.1.2 Penelitian Terdahulu Kedua..... | 14 |
| 2.2 Landasan Teori..... | 17 |
| 2.2.1 Sejarah Televisi..... | 17 |
| 2.2.2 Media Televisi..... | 18 |
| 2.2.3 Media Massa..... | 19 |
| 2.2.4 Televisi Sebagai Media Komunikasi Massa..... | 20 |
| 2.2.5 Komunikasi Massa..... | 21 |
| 2.2.6 Masyarakat Sebagai Pemirsa Televisi..... | 23 |
| 2.2.7 Karakteristik Audience..... | 24 |
| 2.2.8 Pengaruh Televisi Terhadap Sistem Komunikasi..... | 26 |
| 2.2.9 Program Hiburan..... | 27 |
| 2.3 Program Acara Eat Bulaga Indonesia..... | 29 |
| 2.3.1 Motif..... | 33 |
| 2.3.2 Teori Uses and Gratifications..... | 38 |
| 2.3.3 Kerangka Berpikir..... | 41 |

| | |
|--|----|
| BAB III Metode Penelitian..... | 44 |
| 3.1 Definisi Operasional..... | 44 |
| 3.2 Pengukuran Variabel | 44 |
| 3.2.1 Motif..... | 44 |
| 3.2.2 Acara Eat Bulaga Indonesia segmen kuis indonesia pintar .. | 52 |
| 3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel | 53 |
| 3.3.1 Populasi..... | 53 |
| 3.3.2 Sampel dan Teknik Penarikan Sampel..... | 54 |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data..... | 60 |
| 3.5 Metode Analisis Data..... | 60 |
| BAB IV Hasil dan Pembahasan..... | 62 |
| 4.1 Gambaran Obyek Penelitian..... | 62 |
| 4.1.1 Acara Eat Bulaga Indonesia..... | 63 |
| 4.1.2 Visi SCTV..... | 65 |
| 4.1.3 Misi SCTV..... | 65 |
| 4.1.4 Sampel dan Lokasi Penelitian..... | 66 |
| 4.2 Penyajian dan Analisis Data..... | 67 |

| | |
|---------------------------------|-----|
| 4.2.1 Identitas Responden..... | 67 |
| 4.2.2 Motif Responden..... | 73 |
| BAB V Kesimpulan dan Saran..... | 115 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 115 |
| 5.2 Saran..... | 117 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 119 |
| LAMPIRAN..... | 120 |

DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|--|---------|
| Tabel III.1 : Jumlah Populasi Tiap Kecamatan..... | 55 |
| Tabel III.2 : Jumlah Sampel Tiap Kelurahan..... | 56 |
| Tabel IV.1 : Usia Responden..... | 69 |
| Tabel IV.2 : Jenis Kelamin Responden..... | 70 |
| Tabel IV.3 : Pendidikan Terakhir Responden..... | 71 |
| Tabel IV.4 : Durasi Responden Menonton Acara Eat Bulaga Indonesia..... | 71 |
| Tabel IV.5 : Frekuensi Responden Menonton Acara Eat Bulaga Indonesia..... | 73 |
| Tabel IV.6 : Responden Mendapatkan Wawancara Kuis Indonesia Pintar..... | 75 |
| Tabel IV.7 : Responden Mendapatkan Informasi Tahapan Kuis | 77 |
| Tabel IV.8 : Responden Mengetahui Siswa-Siswi Yang Menjadi Pemenang.... | 78 |
| Tabel IV.9 : Responden ingin Mencari Informasi Jawaban Yang Berhasil..... | 79 |
| Tabel IV.10 : Responden Ingin Memuaskan Rasa Ingin Tahu Pada Kuis Pintar.. | 81 |
| Tabel IV.11 : Rekapitulasi Responden Kategori Motif Informasi..... | 82 |
| Tabel IV.12 : Responden Dapat Menemukan Penunjang Nilai Pribadi..... | 84 |
| Tabel IV.13 : Responden Ingin Meningkatkan Pemahaman Diri..... | 85 |

| | |
|---|-----|
| Tabel IV.14 : Responden Ingin Menemukan figure..... | 87 |
| Tabel IV.15 : Responden Ingin Mengidentifikasikan diri..... | 88 |
| Tabel IV.16 : Responden Ingin Meningkatkan Kreativitas..... | 90 |
| Tabel IV.17 : Rekapitulasi Responden Kategori Motif Identitas Pribadi..... | 91 |
| Tabel IV.18 : Responden Ingin Berbagi Pengalaman Dengan Orang lain..... | 93 |
| Tabel IV.19 : Responden Ingin Menjalankan Peranan Sosial..... | 94 |
| Tabel IV.20 : Responden Mendiskusikan Ego Tentang Yang Menarik.... | 95 |
| Tabel IV.21 : Responden ingin Menjalin Hubungan Baik Dengan Orang Lain... | 97 |
| Tabel IV.22 : Responden Menjalin Bertukar Informasi Dengan Orang Lain..... | 98 |
| Tabel IV.23 : Rekapitulasi Kategori Motif Integrasi dan Interaksi Sosial..... | 100 |
| Tabel IV.24 : Responden Ingin Melepaskan Diri Dari Permasalahan..... | 101 |
| Tabel IV.25 : Responden Dapat Mengatasi Rasa Bosan..... | 103 |
| Tabel IV.26 : Ingin Mengisi Waktu Luang..... | 105 |
| Tabel IV.27 : Responden Ingin Meningkatkan Nilai Estetika..... | 106 |
| Tabel IV.28 : Responden Memperoleh Hiburan dan Kesenangan..... | 108 |
| Tabel IV.29 : Rekapitulasi Responden Kategori Motif Hiburan..... | 109 |
| Tabel IV. 30 : Rekapitulasi Responden Berdasarkan Keseluruhan Motif..... | 111 |

DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|--|---------|
| Gambar II.1 : Bagan Teori Kebutuhan | 35 |
| Gambar II.2 : Bagan Teori Uses and Gratifications | 40 |
| Gambar II.3 : Bagan Kerangka Berpikir Penelitian Dalam Menonton Motif Pemirsa Surabaya Tentang Program Acara Variety Show ‘Eat Bulaga Indonesia’ di SCTV | 43 |
| Gambar III.1: Teknik Penarikan Sampel..... | 55 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | Halaman |
|--|---------|
| Lampiran 1 : Permohonan Pengisian Kusioner | 121 |
| Lampiran 2 : Kusioner | 126 |
| Lampiran 3 : Data Demografi Responden | 127 |
| Lampiran 4: SPSS Dari Setiap Motif..... | 130 |
| Lampiran 5: Data Skor Jawaban Responden..... | 135 |
| Lampiran 6 : SPSS Kategori Motif..... | 138 |
| Lampiran 7 : Logo Eat Bulaga Indonesia | 140 |
| Lampiran 8 : Pannasonic Global Awards..... | 141 |
| Lampiran 9 : Surat Rekomendasi Penelitian | 142 |

Abstrac

Motive Television Viewers Watching In Surabaya Variety Show Events “Eat Bulaga Indonesia” In SCTV. Presence technology is a major influence in people's lives. Along with the increasing number of human needs. Needs is what causes the onset of motives. Surely motif between one individual with another individual not the same. Individuals became active in choosing which media can be a means to meet their needs. Variety show "Eat Bulaga Indonesia" SCTV presents a varied segment. This program provides information, entertainment, education and social issues. In a study using the uses and gratifications theory because the main problem is how to change the attitudes and behavior of media audiences, but how social media to meet the needs of the audience. Audiences who actively use the media to achieve specific objectives. This study analyzes the phenomenon which refers to the information motive, the motive of personal identity, integration and social interaction motif, and the motif of entertainment. This study analyzes the phenomenon which refers to the information motive, the motive of personal identity, integration and social interaction motif, and the motif of entertainment. Withdrawal of samples used in this study multistage cluster random sampling. Techniques of data collection using a questionnaire with a Likert scale. Data analysis using descriptive. Samples were Surabaya viewers aged 12 years and over who watched the show "Eat Bulaga Indonesia" SCTV. Distribution of questionnaires distributed to 100 respondents and direct visit to the South Surabaya and East Surabaya. The results of this study it can be concluded that there are four underlying motive in watching the show "Eat Bulaga Indonesia" SCTV, in information on the category of being. Meanwhile, the motive of personal identity, integration and social interaction motives or motives of entertainment in the high category. On the other hand they want to get up to date information and not just the interests of entertainment only but look at the moral message delivered by the host.

Keyword: Motif, television viewers Surabaya, the variety show "Eat Bulaga Indonesia in the segment Indonesia pintar Quis" in SCTV.

Abstraksi

Motif Pemirsa Televisi Surabaya Dalam Menonton Acara Variety Show “Eat Bulaga Indonesia” DI SCTV. Kehadiran teknologi memberikan pengaruh besar dalam kehidupan manusia. Seiring dengan semakin banyaknya kebutuhan manusia. Kebutuhan-kebutuhan inilah yang menyebabkan timbulnya motif. Tentunya motif antara satu individu dengan individu lain tidak ada yang sama. Individu mulai aktif dalam memilih media yang dapat menjadi sarana untuk memenuhi kebutuhan mereka. Acara variety show “Eat Bulaga Indonesia” SCTV menyajikan segmen yang bervariasi. Program ini menyajikan informasi, hiburan, pendidikan dan sosial. Dalam penelitian menggunakan teori uses and gratifications karena yang menjadi permasalahan utama bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi bagaimana media memenuhi kebutuhan sosial khalayak. Penelitian ini menganalisis fenomena yang mengacu

pada motif informasi, motif identitas personal, motif integrasi dan interaksi sosial, serta motif hiburan. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner dengan skala likert. Analisis data menggunakan deskriptif. Sampel penelitian adalah pemirsa Surabaya berusia 12 tahun ke atas yang menonton acara “Eat Bulaga Indonesia” SCTV. Penyebaran kuisioner disebarkan ke 100 responden dan langsung berkunjung ke Surabaya Selatan dan Surabaya Timur. Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan ada 4 motif yang mendasari dalam menonton acara “Eat Bulaga Indonesia” SCTV yaitu informasi pada kategori sedang. Sedangkan, motif identitas personal, motif integrasi dan interaksi sosial ataupun motif hiburan pada kategori tinggi. Disisi lain mereka ingin mendapatkan informasi yang uptodate dan bukan hanya kepentingan hiburan saja tetapi cermati pesan moral yang disampaikan oleh hostnya.

Kata kunci : Motif, pemirsa televisi Surabaya, acara variety show “Eat Bulaga Indonesia Segmen Kuis Indonesia Pintar” di SCTV.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sesuai dengan perkembangan jaman yang selalu maju dan mampu menciptakan teknologi yang baru setiap tahunnya. Kehadiran teknologi memberikan pengaruh besar dalam kehidupan manusia. Manusia menggunakan teknologi hampir dalam setiap gerak kehidupannya. Banyak orang yang bangun tidur dipagi hari dengan menggunakan alarm. Menyalakan handphone, mendengarkan radio dan mengidupkan televisi untuk mengetahui informasi yang di kehendaknya.

Televisi saat ini telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan manusia, banyak orang yang menghabiskan waktu lebih lama di depan televisi. Televisi menjadi cermin perilaku masyarakat memperlihatkan bagaimana kehidupan orang lain dan memberikan ide semangat dalam menjalani kehidupan ini. Dengan kata lain, membentuk cara berpikir kita tentang dunia cakrawla yang luas. Program televisi seperti news, infotainment, talks how, reality show, variety show ini mampu memberikan informasi yang sekiranya diperlukan oleh pemirsa televisi. Televisi merupakan medium terfavorit dan kini penonton televisi Indonesia memiliki banyak pilihan dalam menikmati berbagai program acara televisi. (Morissan, 2008:1).

Televisi adalah media komunikasi yang bersifat di dengar, di lihat (audio visual) dengan penyajian berita yang berorientasi pada reproduksi dari kenyataan. Kekuatan utama dari media televisi adalah suara dan gambar, televisi lebih menarik daripada radio. Dampak pemberitaan melalui televisi bersifat power full, karena melibatkan aspek suara dan gambar, sehingga lebih memberi pengaruh yang kuat bagi pemirsa. Media televisi memiliki fungsi yang lebih dominan pada hiburan dibandingkan dengan fungsi memberi informasi dan mendidik. (Suryawati, 2011:45).

Kelebihan televisi dari media massa lainnya ialah kemampuan menyajikan berbagai kebutuhan manusia, baik hiburan, informasi, maupun pendidikan dengan sangat memuaskan. Penonton Televisi tidak perlu susah-susah pergi ke gedung bioskop karena pesawat televisi menyajikan ke rumahnya (Effendy, 2008:60).

Dengan berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi informasi akan membawa dampak yang sangat besar pada perkembangan pertelevisian di Indonesia saat ini. Suatu siaran televisi dituntut untuk dapat memberikan informasi yang tidak hanya akurat tetapi juga memberikan pengetahuan, pengalaman, bahkan sampai membuat pemirsanya peka terhadap permasalahan sosial yang ada. Media televisi mempunyai daya tarik yang lebih sebagai media elektronik karena sifatnya yang audiovisual. Dalam dunia pertelevisian, sistem teknologi telah menguasai jalan pikiran masyarakat, televisi menguasai pikiran-pikiran manusia dengan cara membangun karakter dalam pikiran manusia. (Effendy, 2003:177).

Dengan segala kemudahannya mereka dapat menikmati hiburan beraneka ragam, informasi yang serba cepat dan memuaskan sesuai dengan perkembangan teknologi seperti saat ini. Kebutuhan manusia dibidang komunikasi semakin bertambah seiring dengan kemajuan di segala bidang baik ekonomi maupun teknologi. Sesuai dengan perkembangan jaman yang selalu maju banyak stasiun televisi yang memberi suguhan hiburan yang menarik untuk ditonton. Hiburan-hiuran ini bisa berupa talkshow, realityshow, variety show, sinetron, komedi, maupun film asing maupun lokal. Dunia petelevisian di Indonesia berkembang dengan pesat, terbukti dengan hadirnya 11 stasiun televisi, yaitu RCTI, SCTV, ANTV, INDOSIAR, TRANS TV, TRANS 7, METRO TV, TV ONE, GLOBAL TV, MNC TV dan TVRI yang mengudara secara nasional dan juga beberapa TV lokal.

Komunikasi merupakan suatu kegiatan atau sebuah proses penyampaian pesan, informasi berita dari komunikator kepada komunikan. Kegiatan komunikasi akan terus berlangsung di dalam kehidupan bagi manusia untuk terus berinteraksi dengan manusia yang lainnya, dengan kata lain hakikat komunikasi adalah proses pernyataan manusia yang dinyatakan yaitu, perasaan atau pikiran seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai penyalurannya (Effendy, 2003:28).

Dalam buku ilmu komunikasi teori dan praktik, Liliweri berpendapat bahwa, komunikasi massa merupakan suatu proses yang melukiskan bagaimana komunikator secara professional menggunakan teknologi dalam menyebarkan

pengalamannya yang melampaui jarak untuk mempengaruhi khalayak dalam jumlah banyak. (Marheani, 2009: 222).

Media massa mempunyai peran yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat, baik dari segi institusi media, maupun segi informasinya. Berbagai informasi yang disajikan akan berdampak langsung maupun tidak langsung dalam masyarakat. Begitupun sebaliknya, apa yang dilupakan media, akan luput dari perhatian masyarakat (Rakhmat, 2012:218).

Jadi yang diartikan komunikasi massa ialah penyebaran pesan dengan menggunakan media yang ditunjukkan kepada massa yang abstrak, yakni sejumlah orang yang tidak tampak oleh si penyampaian pesan, dengan demikian bahwa komunikasi massa atau komunikasi melalui media massa sifatnya “ satu arah “. begitu pesan di sebar oleh komunikator, tidak diketahui apakah pesan itu diterima, dimengerti, atau dilakukan komunikan. Terjadinya umpan balik bersifat tertunda (delayed feedback). (Effendy, 2008:50).

Bertambahnya stasiun televisi swasta di Indonesia mengakibatkan persaingan dalam penayangannya. Bagi pelaku industri harus bisa berkreaitivitas memiliki ide-ide yang menarik untuk perhatian pemirsanya. Saat ini bukan hanya sinetron, kuis, talk show, reality show, variety show yang menjamur. variety show begitu menyita perhatian masyarakat untuk sejenak menyaksikannya dan banyak disukai pemirsanya. Variety Show membutuhkan kreativitas yang tinggi bagi kreator , karena setiap segmennya menyajikan suguhan yang berbeda-beda.

Variety Show adalah acara televisi yang mengkombinasikan berbagai format lainnya, seperti talk show, kuis, game show, musik, drama, talent search dan komedi situasi. Variasi tersebut di padukan dalam sebuah pertunjukkan dalam bentuk siaran langsung maupun siaran rekaman. (Naratama, 2004:190).

Maraknya persaingan antara stasiun televisi swasta berpengaruh pada program acara yang dibuat, dan bagi kreator industri pertelevisian harus pandai memiliki ide-ide yang menarik untuk perhatian pemirsanya mulai dari berita, reality show, musik, film, sinetron, pendidikan, kesehatan, misteri, kriminalitas, talk show, variety show. Dengan, program variatif tersebut diharapkan akan memberikan tontonan yang layak bagi pemirsanya. Sekian banyak acara-acara ditayangkan oleh stasiun televisi di Indonesia, salah satunya yang dapat merebut perhatian penonton adalah “Eat Bulaga Indonesia pada segmen kuis Indonesia pintar” yang ditayangkan di SCTV. “Eat Bulaga Indonesia” yaitu tayangan yang bertema hiburan dan sosial. Program ini merupakan variety show yang didalamnya terdapat berbagai macam content mulai dari talent search hingga game show. Variety show ini diperuntukkan untuk semua umur dari mulai anak-anak hingga orang tua.

Acara variety show ini baru pertama kali di tayangkan di televisi Indonesia dan mampu menyita perhatian masyarakat dan sejenak untuk menyaksikannya. Program Eat Bulaga Indonesia disajikan dalam dua konsep yaitu indoor di dalam studio SCTV dan outdoor yang akan mengikutsertakan masyarakat secara langsung di luar studio. Satu lagi yang menjadi ciri khas program “Eat Bulaga Indonesia” dipandu oleh banyak host dari dua lokasi yang Berbeda. mereka

adalah, Uya Kuya, Andika Pratama Farid Aja, Reza Bukan, Ramzi, Narji, Rian Ibram, Rio Indrawan, Steven, Leo Consul, Selenia Alexandria, Jenny Tan, Bianca Lizza, Christie Julie. (<http://info-bos.blogspot.com/2012/07/eat-bulaga-indonesia-variety-show.html>).

Acara ini ditayangkan setiap hari senin-sabtu pukul 14.30 WIB di stasiun televisi SCTV berdurasi 120 menit. “Eat Bulaga Indonesia“ hadir untuk menyegarkan penonton di televisi dan memberikan banyak hadiah bagi masyarakat yang sudah mendaftar, di datangi oleh kru dan host Eat Bulaga Indonesia. Dengan dipandu oleh banyak host acara ini juga lebih menjadi variatif pada setiap segmennya. Para host menyegarkan para pemirsanya dengan gaya mereka candaan, tetapi mereka tidak menyadari bahwa, candaan yang spontan saling ejek mengejek berdampak menyinggung perasaan orang lain. Variety Show ini merupakan program dimana penonton akan di suguhi dengan berbagai segmen mulai dari musik, talent search little miss dan that’s my boys Indonesia, kuis Indonesia pintar, karaoke, dan kehadiran bintang tamu. Dari sekian segmen, yang menarik bagi penelitian ini yaitu pada segmen kuis indonesia pintar karena soal tersebut akan tertulis di alat yang terpasang di kepala mereka. Proses tebak kata berdurasi 30 detik dan waktu yang paling cepat berhasil menebak kata misteri yang dimaksudkan tersebut akan lolos ke babak selanjutnya dan mendapatkan bonus. Apabila kata tidak berhasil tertebak host akan diguyur air di dalam akuarium. Peserta ini diperuntukkan untuk siswa-siswi baik dari SD, SMP, dan SMA. Selain itu host mendatangi salah satu rumah orang kurang mampu yang luput dari perhatian kita, dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari atau

biasanya di datangkan live dari studio. Dalam program acara variety show ini tidak hanya menyentuh hiburan, informasi, pendidikan tetapi dari segi sosial dapat mengukur seberapa besar kepedulian ketika dihadapkan dengan Orang yang kurang mampu. “Eat Bulaga Indonesia” merupakan program unggulan SCTV dan menjadi nominasi Pannasonic Global Awards. Nominasi kategori variety show ini adalah The Hits, Eat Bulaga Indonesis, Dahsyat, Inbox, Gara-Gara Magic. Untuk program acara variety show tervaforit yang paling banyak ditonton menurut lembaga survey. Eat bulaga Indonesia (25.4%),Inbox (27,1%), Dahsyat (3,1%), (<http://G:/rating/gma7-pinataob-ng-abschn-sa-mega-manila-agbnielsen-ratings.html>).

Maka dari itu peneliti tertarik untuk meneliti tentang motif pemirsa Surabaya dalam menonton acara Variety show Eat Bulaga Indonesia Pada Segmen Kuis Indonesia Pintar yang di tayangkan di SCTV. Keunikan acara ini cara penyajian pada segmen kuis Indonesia pintar yang bervariasi. Akan dipandu oleh banyak host dan proses tebak kata misteri yang tercepat akan maju ke babak selanjutnya dan mendapatkan bonus. Selain itu pada kuis Indonesia pintar ketika, kata tidak berhasil tertebak membuat rasa penasaran bagi pemirsanya jika, kata misteri berhasil tertebak pemirsa ikut merasakan kegembiraan. Acara ini menyajikan informasi, hiburan, pendidikan, dan sosial. Tentunya motif antara satu individu dengan individu lain tidak ada yang sama, individu bebas dalam memilih dan menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Acara yang dikemas oleh SCTV tidak hanya mengibur saja, tetapi juga menginspirasi agar pelajar,

masyarakat agar selalu belajar untuk menambah wawasan, informasi ilmu pengetahuan.

Kebutuhan-kebutuhan (needs) inilah yang menyebabkan timbulnya motif yang mendorong aktifitas individu menggunakan media tertentu artinya individu mencari pemuasan sejumlah kebutuhan dari penggunaan media karena di dorong oleh sejumlah motif yang mempengaruhinya. Motif merupakan penggerak untuk melakukan tindakan sesuatu. Setiap orang digerakkan atau di dorong oleh kebutuhan dan keinginan (want & need) tertentu. Kebutuhan sifatnya mutlak harus dipenuhi, yang sudah ada dalam diri manusia. Sedangkan keinginan adalah kehendak yang lebih spesifik dalam upaya memenuhi kebutuhan dan sifatnya lebih bervariasi. (Kriyantono, 2006:351). Motif sangat berguna bagi tindakan atau perbuatan seseorang. Penelitian motif pemirsa terhadap acara variety show “Eat Bulaga Indonesia Pada Segmen Kuis Indonesia Pintar” di SCTV akan difokuskan Menurut (Mc Quail 2002:72) motif meliputi; Motif informasi, adalah motif yang mendasari penonton dalam membutuhkan informasi mengenai peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan terdekat, masyarakat dan dunia. Mendapatkan pengetahuan tentang hal-hal yang ada atau terjadi disekitar mereka, memuaskan rasa ingin tahu dan mengetahui minat umum. Motif informasi mengarah kepada keinginan khayalak untuk mencari informasi untuk belajar atau bisa juga untuk pendidikan diri sendiri dan memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan, dengan adanya kuis Indonesia pintar di acara Eat Bulaga Indonesia menambah wawasan, pengetahuan penonton untuk memperoleh informasi yang terkait dengan kuis tebak kata misteri, tetapi permasalahannya

kurang menyajikan informasi yang up to date sesuai dengan kebutuhan pemirsanya. Motif identitas personal adalah motif yang mendasari penonton untuk menunjang nilai-nilai pribadi, menemukan model perilaku, mengidentifikasi diri dalam nilai-nilai lain, meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri. Dalam kuis Indonesia pintar penonton dapat menemukan model atau figure sebagai panutan agar menginspirasi diri sendiri dalam mengikuti kuis untuk menunjukkan dan menonjolkan nilai-nilai pribadi dalam individu agar dapat mengembangkan ide, kreativitas yang dimiliki. Permasalahannya adalah kurang menyumbangkan, mengembangkan kreativitas, atau ide sesuai dengan kebutuhan pemirsanya agar dapat memberikan inovasi yang baru dalam tayangannya. Motif integrasi dan interaksi sosial adalah motif yang mendasari penonton untuk memenuhi kebutuhan tentang bagaimana mereka berhubungan dengan lingkungan sekitar mereka bergaul dan berinteraksi dengan masyarakat. Dengan menonton Eat Bulaga Indonesia Pada Segmen Kuis Indonesia Pintar penonton lebih memahami pentingnya berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya dengan kekompakan team yang diperlihatkan, dan menimbulkan interaksi sosial masyarakat menjadi hubungan sosial yang lebih baik. Permasalahan yang dihadapi pemirsanya, adalah acara ditelevisi kurang memberi ruang antara pemirsanya dengan orang lain. Motif hiburan adalah motif yang mendasari penonton untuk melepaskan diri dari permasalahan, bersantai, memperoleh kenikmatan jiwa dan estetis, penyaluran emosi, dan mengisi waktu. Dengan menonton acara “ Eat Bulaga Indonesia” Pada Segmen Kuis Indonesia Pintar kata yang tidak berhasil tertebak membuat rasa penasaran dan dapat menggemaskan penontonnya. Jika, kata berhasil tertebak

penonton akan bersorak untuk meluapkan rasa gembira. Sehingga pemirsa mendapatkan hiburan yang menarik pada segmen Indonesia pintar. Permasalahannya adalah acara di satasiun televisi kurang dapat memberikan hiburan dengan mengabaikan sisi edukatifnya. Dengan kata lain, Gaya hiburannya terlalu dibuat-dibuat candaan, mereka terkadang menyinggung perasaan orang lain dan terlebih melecehkan.

Dari berbagai kebutuhan tersebut berangkat dari teori Uses and Gratifications mengasumsikan bahwa yang menjadi permasalahan utama bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak. Jadi bobotnya ialah para khalayak aktif, yang sengaja menggunakan media untuk mencapai tujuan khusus (Effendi, 2008:79). Selanjutnya berkaitan dengan pemilihan dan penggunaan media maka penelitian ini menggunakan teori Uses and Gratifications, pada pendekatan Uses and Gratifications ini yakni menggunakan media untuk pemuas kebutuhannya dan lebih tertarik pada apa yang dilakukan media pada khalayaknya.

Jadi jelaslah individu menggunakan media massa karena didorong oleh motif-motif tertentu. Artinya, individu mencari pemuasan sejumlah kebutuhan dari penggunaan media karena di dorong oleh sejumlah motif yang mempengaruhinya. Ada berbagai kebutuhan yang dapat dipuaskan oleh media massa. Kita ingin mencari kesenangan, media massa dapat memberikan hiburan. Kita mengalami goncangan batin, media massa memberikan kesempatan untuk

melarikan diri dari kenyataan. Kita kesepian dan media massa juga dapat berfungsi sebagai sahabat. (Rakhmat, 2012 : 205) .

Pada penelitian sampel yang akan diteliti adalah pemirsa Surabaya yang berusia 12 tahun ke atas. Pada usia ini mencerminkan bangkitnya akal (ratio), nalar (reason) dan kesadaran diri (self consciousness). Dalam masa ini terdapat keingintahuan dan keinginan untuk mencoba-coba. Anak akan belajar dengan sendirinya, karena periode ini mencerminkan era perkembangan ilmu pengetahuan sehingga, sudah bisa dimintai pendapatnya tentang suatu hal (Sarwono, 2007:23).

Peneliti memilih kota Surabaya sebagai daerah penelitian karena merupakan kota metropolitan terbesar dimana penduduknya bersifat heterogen sehingga dapat memiliki pandangan yang berbeda-beda selain itu, di Surabaya pernah diadakan lokasi syuting acara Eat Bulaga Indonesia outdoor Subjek penelitian ini adalah para pemirsa (masyarakat Surabaya) yang berusia 12 tahun ke atas karena memiliki keingintahuan terhadap lingkungan yang ada disekitarnya. Berdasarkan uraian diatas maka penelitian ini mengambil judul “Motif Pemirsa Televisi di Surabaya Dalam Menonton Acara “Eat Bulaga Indonesia Segemen Kuis Indonesia Pintar di SCTV”

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka masalah yang diajukan adalah Bagaimana motif pemirsa televisi di Surabaya

dalam menonton acara variety show “Eat Bulaga Indonesia Segmen Kuis Indonesia Pintar” di SCTV ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana motif pemirsa televisi di Surabaya dalam menonton acara variety show “Eat Bulaga Indonesia Segmen Kuis Indonesia Pintar” di SCTV.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini di harapkan memberikan pengetahuan dalam perkembangan ilmu komunikasi tentang penelitian terhadap motif khalayak dalam mengkonsumsi media, khususnya media televisi sebagai referensi yang berguna untuk penelitian selanjutnya.

1.4.2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi industri media untuk memperhatikan kebutuhan khalayak. Selain itu penelitian dapat memberikan motivasi bagi industri media untuk selalu kreatif dalam mengemas program acaranya tanpa mengabaikan sisi edukatifnya.